



Serviço Público Federal  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense  
Pró-Reitoria de Ensino

<b>DISCIPLINA:</b> Marketing Turístico	
<b>Vigência:</b> 2024/2	<b>Período letivo:</b> 4
<b>Carga horária total:</b> 75h	<b>Código:</b>
<b>CH Extensão:</b>	<b>CH Pesquisa:</b>
<b>CH Prática:</b>	<b>% Presencial:</b>
<b>Ementa:</b> Conceitos de marketing. Sistema de Informação de Marketing. Marketing de Serviços. Mercado de turismo. O composto de marketing no contexto do turismo. Comportamento do consumidor e segmentação de mercado em turismo. Plano de marketing em turismo.	

## Conteúdos

### UNIDADE I – Fundamentos de Marketing Turístico

- 1.1 Composto de marketing.
- 1.2 Principais elementos/ferramentas de marketing.
- 1.3 Sistema de informação de marketing.
- 1.4 Marketing de serviços.
- 1.5 O turismo como serviço na atualidade.
- 1.6 Pressupostos de marketing no turismo.
- 1.7 O composto de marketing no contexto do turismo.

### UNIDADE II – Consumo no Setor Turístico

- 2.1 O composto de marketing no contexto do turismo.
- 2.2 Pesquisa de marketing.
- 2.3 Comportamento do consumidor em turismo.
- 2.4 A importância da experiência do consumidor de turismo.
- 2.5 Segmentação do mercado no turismo.
- 2.6 Posicionamento de marca no setor de turismo

### UNIDADE III – Gestão Estratégica de Marketing No Turismo

- 3.1 Administração de marketing e ambiente mercadológico do turismo.
- 3.2 Formatação do produto no turismo.
- 3.3 Planejamento estratégico de marketing no turismo.
- 3.4 Plano de marketing.

## Bibliografia básica

DIAS, Reinaldo; CASSAR, Maurício. **Fundamentos do marketing turístico**. 1. ed. São Paulo: Pearson, 2005. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 24 nov. 2023.

HUDSON, Simon; HUDSON, Louise. **Marketing para turismo**, hospitalidade e eventos: uma abordagem global e digital. São Paulo, SP: SENAC - SP, 2020.



Serviço Público Federal  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Sul-rio-grandense  
Pró-Reitoria de Ensino

LOVELOCK, Christopher; WIRTZ, Jochen. **Marketing de serviços**: pessoas, tecnologia e resultados. 5. ed. São Paulo, SP: Pearson, 2006. E-book.  
Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 24 nov. 2023.

SAMARA, Beatriz Santos; BARROS, José Carlos de. **Pesquisa de marketing**: conceitos e metodologia. 3. ed. São Paulo, SP: Pearson, 2006. E-book.  
Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 25 nov. 2023.

### **Bibliografia complementar**

ARANTES, Elaine Cristina. **Marketing de serviços**. Curitiba, PR: InterSaberes, 2012.

GOBÉ, Marc. **Brandjam**: o design emocional na humanização das marcas. Rio de Janeiro, RJ: Rocco, 2010.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing**: conceitos, exercícios, casos. 9. ed. São Paulo, SP: Atlas, 2017.

MELO NETO, Francisco Paulo de. **Marketing de eventos**. 5.ed. Rio de Janeiro, RJ: Sprint, 2007.

NOGUEIRA, Adrian. **A imagem no marketing turístico**: conceitos e metodologias de medição. São Paulo: Cultura, 2016.

ROCHA, Marcos; TREVISAN, Nanci. **Marketing nas mídias sociais**. São Paulo, SP: Saraiva Educação, 2020.